La escuela del crimen

Economía de importación, cultura de impostación, reino de la tilinguería: estamos todos obligados a embarcarnos en el crucero de la modernización. En las aguas del mercado, la mayoría de los navegantes está condenada al naufragio; pero la deuda externa paga, por cuenta de todos, los pasajes de la minoría que viaja en primera clase. Los empréstitos de la banquería mundial, que permiten atiborrar de nuevas cosas inútiles a la minoría consumidora, actúan al servicio del purapintismo de nuestras clases medias y de la copianditis de nuestras clases altas; y la televisión se encarga de convertir en necesidades reales a las demandas artificiales que el norte del mundo inventa sin descanso y exitosamente proyecta sobre el sur y sobre el este.Pero ¿qué pasa con los millones y millones de jóvenes latinoamericanos condenados a la desocupación o a los salarios de hambre? Entre ellos, la publicidad no estimula la demanda, sino la violencia; entre ellas estimula la prostitución. Los avisos proclaman que quien no tiene no es: quien no tiene auto, o zapatos importados, o perfumes importados, es un nadie, una basura; y así la cultura del consumo imparte clases para el multitudinario alumnado de la escuela del crimen.

Al apoderarse de los fetiches que brindan existencia a las personas, cada asaltante quiere ser como su víctima. La tele ofrece el servicio completo: no sólo enseña a confundir la calidad de vida con la cantidad de cosas, sino que además brinda cotidianos cursos audiovisuales de violencia, que los videojuegos complementan. El crimen es el espectáculo más exitoso de la pantalla chica. "Golpea antes de que te golpeen", aconsejan los maestros electrónicos de niños y jóvenes. "Estás solo, sólo cuentas contigo". Coches que vuelan, gente que estalla: "Tú también puedes matar".

Crecen las ciudades, las ciudades latinoamericanas ya están siendo las más grandes del mundo, y con "las ciudades, a ritmo de pánico, crece el delito. Ciudades insomnes: unos no duermen por la necesidad de atrapar las cosas que no tienen, otros no duermen por el miedo de perder las cosas que tienen.

La ansiedad consumidora no es la única profesora de la escuela del crimen. Ella actúa acompañada por la injusticia social, una profesora muy eficaz en sociedades donde la opulencia ofende escandalosamente al hambre, y también dicta allí sus lecciones la impunidad del poder, que enseña predicando con el mal ejemplo en sociedades donde los que mandan matan y roban sin remordimiento ni castigo.

Este mundo del final de siglo, que convida a todos al banquete pero cierra la puerta en las narices de la mayoría, es al mismo tiempo igualador y desigual. Nunca el mundo ha sido tan desigual en las oportunidades que brinda, pero tampoco ha sido nunca tan igualador en las ideas y las costumbres que impone. La igualación obligatoria, que actúa contra la diversidad cultural del bicho humano, impone un totalitarismo simétrico al totalitarismo de la desigualdad de la economía, impuesto por el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y otros fundamentalistas de la libertad del dinero. En el mundo sin alma que se nos obliga a aceptar como único mundo posible no hay pueblos, sino mercados; no hay ciudadanos, sino consumidores; no hay naciones, sino empresas; no hay ciudades, sino aglomeraciones; no hay relaciones humanas, sino competencias mercantiles.

Nunca ha sido menos democrática la economía mundial, nunca ha sido el mundo más escandalosamente injusto. La desigualdad se ha duplicado en treinta años. En 1960, el 20% de la humanidad, el que más tenía, era treinta veces más rico que el 20% que más necesitaba. En 1990, la diferencia entre la prosperidad y el desamparo había crecido al doble, y era de sesenta veces. Y en los extremos de los extremos, entre los ricos riquísimos y los pobres pobrísimos, el abismo resulta mucho más hondo. Sumando las fortunas privadas que año tras año exhiben, con obscena fruición, las páginas pornofinancieras de las revistas Forbes y Fortune, se llega a la conclusión de que 100 multimillonarios disponen actualmente de la misma riqueza que 1.500 millones de personas.

La desigualación económica tiene quien la mida. El Banco Mundial, que tanto hace por multiplicarla, la confiesa, por ejemplo, en su World development report de 1993. Y la confirman las Naciones Unidas (United Nations developmentprogramme, Human development report, 1994). La igualación cultural, en cambio, no se puede medir. Sus demoledores progresos, sin embargo, rompen los ojos. Los medios de comunicación de la era electrónica, mayoritariamente puestos al servicio de la incomunicación humana, nos están otorgando el derecho a elegir entre lo mismo y lo mismo, en un tiempo que se vacía de historia y en un espacio universal que tiende a negar el derecho a la identidad de sus partes. Se hace cada vez más unánime la adoración de los valores de la sociedad de consumo.

La economía mundial necesita un mercado de consumo en perpetua expansión para que no se derrumben sus tasas de ganancia, pero a la vez necesita, por la misma razón, brazos que trabajen a precio de ganga en los países del sur y el este del planeta. La segunda paradoja es hija de la primera: el norte del mundo dicta órdenes de consumo cada vez más imperiosas, dirigidas al sur y al esté, para multiplicar a los consumidores, pero en mucho mayor medida multiplica a los delincuentes.

La invitación al consumo es una invitación al delito. Leyendo las páginas policiales de los diarios se aprende más sobre las contradicciones sociales que en las páginas sindicales o políticas. Allí están los alegres mensajes de muerte que la sociedad de consumo emite.

**Eduardo Galeano, escritor uruguayo. Publicado el 11 de julio de 1996**

**Instrucciones generales: Lea el siguiente texto:** **y complete el esquema siguiente:**

|  |
| --- |
| * **Autor, publicación:** |
| * **Tipo de texto:** |
| * **Tema principal:** |
| * **Temas secundarios:** |
| * **Contextos (cultural, época, lugar geográfico, relación con los receptores):** |
| * **Audiencia:** |
| * **Propósito:** |
| * **Tono y lenguaje:** |
| * **Rasgos formales y estilísticos. (incluidos los rasgos visuales o paralinguisticos), la estructura, la técnica  y el estilo construyen significado):** |
| * **Crítica del autor** |